

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Аннотация к дипломной работе

**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В
АККУМУЛЯТОРНОЙ СФЕРЕ (НА ПРИМЕРЕ «ПЕРВОЙ
АККУМУЛЯТОРНОЙ КОМПАНИИ»)**

КЛЕМЯТО Дмитрий Александрович

**Руководитель
Мельников Николай Кондратьевич
кандидат экономических наук, доцент**

Минск, 2024

Дипломная работа содержит: 76 с., 6 рисунков., 10 таблиц, 50 источников, 2 приложения.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ, АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Цель работы заключается в определении основных направлений маркетинговых исследований и рекомендации по ее совершенствованию в организации «Первая аккумуляторная компания».

Объектом исследования является «Первая аккумуляторная компания».

Предметом исследования является организация маркетинговых исследований в «Первой аккумуляторной компании».

Методы исследования: теоретический анализ методической литературы по теме исследования, расчетно-аналитический анализ, SWOT-анализ, метод аналогии, метод дедукции, метод обобщения, анализ и обобщение полученных данных.

В процессе работы были получены следующие результаты: на основе изучения теоретических вопросов организации маркетинговых исследований определены сущность, современные подходы к осуществлению маркетинговых исследований и оценке результатов их проведения, проведен анализ маркетинговых исследований «Первой аккумуляторной компании», предложены пути их совершенствования и анализ их эффективности.

Новизна полученных результатов заключается в том, что предложено и обосновано привлечение дополнительных клиентов и увеличение узнаваемости бренда на аккумуляторном рынке через рекламу в социальных сетях, а именно Instagram.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

The work contains: 76 s., 6 drawing., 10 tables, 50 sources, 2 applications.

Keywords: MARKETING, MARKETING RESEARCH, EFFECTIVENESS OF MARKETING RESEARCH, ANALYSIS OF THE COMPANY'S ACTIVITIES.

The purpose of the work is to determine the main directions of marketing research and recommendations for its improvement in the organization «The First Battery Company».

The object of the study is the «The First Battery Company».

Subject of research: organization of marketing research of «The First Battery Company».

Research methods: theoretical analysis of the methodological literature on the research topic, calculation and analytical analysis, SWOT analysis, analogy method, deduction method, generalization method, analysis and generalization of the obtained data.

In the process of work, the following results were obtained: based on the study of theoretical questions of organization of marketing research defines the essence of the modern approaches to the implementation of marketing research and evaluation of its implementation, the analysis of marketing research of «The First Battery Company» and the ways of its improvement and the analysis of their effectiveness.

The novelty of the results obtained lies proposed and justified to attract additional customers and increase brand recognition in the battery market through advertising on social networks, namely Instagram.

The author of the work confirms that the computational and analytical material presented in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.

Дыпломная работа змяшчае: 76 с., 6 малюнкаў., 12 табліц, 50 крыніца, 2 прыкладанняў.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ДАСЛЕДАВАННІ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ МАРКЕТЫНГАВЫХ ДАСЛЕДАВАННЯЎ, АНАЛІЗ ДЗЕЙНАСЦІ ПРАДПРЫЕМСТВА.

Мэта работы заключаецца ў вызначэнне асноўных напрамак маркетынговых даследаванняў і рэкамендацыі па яе ўдасканаленні ў арганізацыі «Першая акумулятарная кампанія».

Аб'ектам даследавання з'яўляецца «Першая акумулятарная кампанія».

Прадметам даследавання з'яўляецца арганізацыя маркетынговых даследаванняў «Першая акумулятарная кампанія».

Метады даследавання: тэарэтычны аналіз метадычнай літаратуры па тэме даследавання, разлікова-аналітычны аналіз, SWOT-аналіз, метады аналогіі, метады дэдукцыі, метады абагульнення, аналіз і абагульненне атрыманых дадзеных.

У працэсе работы былі атрыманы наступныя вынікі: на аснове вывучэння тэарэтычных пытанняў арганізацыі маркетынговых даследаванняў вызначаны сутнасць, сучасныя падыходы да ажыццяўлення маркетынговых даследаванняў і ацэнцы вынікаў яе правядзення, праведзены аналіз маркетынговых даследаванняў «Першая акумулятарная кампанія», прапанаваны шляхі яе ўдасканалення і аналіз іх эфектыўнасці.

Навізна атрыманых вынікаў заключаецца ў тым, што прапанавана і абгрунтавана прыцягненне дадатковых кліентаў і павелічэнне пазнавальнасці брэнда на акумулятарным рынку праз рэкламу ў сацыяльных сетках, а менавіта Instagram.

Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.